

*А.В. Гуреев, аспирант
Российский университет кооперации (Москва)*

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КОНСАЛТИНГОВЫХ УСЛУГ

Оказание консалтинговой услуги происходит через предоставление результатов интеллектуальной деятельности клиенту. Как и любая услуга, она включает в себя определенные специфические свойства: несязаемость, неотделимость от консультанта, ее предоставляющего, непостоянство качества, отсутствие подверженности хранению.

Конкурентоспособность консалтинговых услуг — это совокупность интеллектуально-технических характеристик, отличающих консультанта или консалтинговую компанию от конкурентов по степени соответствия формулируемым заданиям, с учетом зарекомендовавшего себя качества, затрат на выполнение комплексных проектов и устанавливаемых на услуги цен.

Основными качественными критериями подобной услуги являются: достоверность, современность, комплексность, строгость и ясность, уместность. Совокупность таких критериев важна для улучшения технологии оказания консалтинговых услуг, которая в целом и формирует их качество.

Повышение конкурентоспособности консалтинговых услуг основывается на внедрении инновационных подходов в следующих направлениях: формирование интеллектуального капитала компании; достижение современного технического обеспечения консалтинговой компании и ее сотрудников; выстраивание продуктивных отношений с клиентами.

Основу интеллектуального капитала консалтинговой компании составляют сотрудники фирмы, которые должны быть квалифицированными профессионалами в данной области и мотивированы к выполнению своей работы. Подобная задача решается в рамках организации управления персоналом при формировании системы многоступенчатого отбора, комплексной и прозрачной оценке и поощрении деятельности каждого специалиста, постоянном повышении квалификации, в частности, посредством посещения тренингов и семинаров, участия в международных конференциях, выставках и др.

Техническая сторона выполнения консультантами своей работы требует быстрого и грамотного выполнения заданий. Одним из ценнейших ресурсов становится время. В условиях его ограниченности решения членами команды проекта принимаются самостоятельно с последующим общим анализом результатов. Поэтому организация быстрого и эффективного документооборота, формирование информационного обеспечения консалтингового проекта, информационно-коммуникационные технологии и умение ими пользоваться, обучение и повышение профессионального уровня являются объектами инвестиционных вложений консультантов в современных экономических условиях. Иногда

сложные проекты выполняются совместно с консультантами из других компаний.

Партнерские отношения с клиентами создаются за счет тщательного анализа и выявления потребностей, постановки соответствующих целей и их достижения при реализации консалтингового проекта. Этот процесс является достаточно тонким социально-психологическим взаимоотношением, отражающимся на удовлетворенности клиентов в услугах даже после завершения проекта. В силу индивидуализации отношений с каждым клиентом стратегия и план мероприятий подобных отношений должны иметь место на двух уровнях: общефирменном и отдельного проекта. Необходима полная вовлеченность консультантов в текущий проект для оперативного реагирования на изменения в пожеланиях и настроении клиентов. Периодически по результатам работы над проектом можно проводить опрос клиентов с целью определения их отношения к качеству предоставленных услуг.

Существенный фактор, влияющий на конкурентоспособность консалтинговых услуг, — это цена, поэтому очень важно выбрать наиболее оптимальные методы ценообразования. Известны, например, такие методы ценообразования, как повременный, фиксированный, процентный, абонентский, смешанный. Соответствующий метод применяется в зависимости от особенностей самой услуги, стадии ее жизненного цикла, реализуемой консалтинговой компанией маркетинговой стратегии.

Как видно, конкурентные преимущества консалтинговых услуг достигаются за счет совокупности действий, направленных как на развитие консалтинговой компании в целом, так и ее отдельных сотрудников.

*А.Д. Данилов, канд. экон. наук, профессор
КЭИМ (Киев, Украина)*

НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЙ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ

Налогообложение в государстве относительно потребления и накопления должно быть таким, чтобы обеспечить повышение уровня жизни населения и быстрое развитие экономики. Для достижения этой цели необходимо конкурентоспособное государство. По этой причине большинство стран мира обеспечивают повышение товарной конкурентоспособности за счет использования инноваций, разработки и внедрения высокотехнологической продукции, создание которых невозможно без финансовых вложений как государства, так и населения.

Отметим, что налогообложение доходов или прибыли в условиях экономического кризиса не может быть надежным источником наполнения бюджета. Тот факт, что налогообложению подлежит преимущественно доход, который направляется на потребление, а другая его часть в значительной мере используется на накопление, опосредованно стимулирует процесс инвестирования.

173

□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□. □□□□□□□□.
□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□. □□□□□□□□□□.